
Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Jepara

Risti Rahayu Pangestuti¹⁾, Moch. Aminuddin²⁾

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Islam Nahdlatul Ulama Jepara
Email: 131120000985@unisnu.ac.id¹⁾, amin2udin@unisnu.ac.id²⁾

Kata Kunci:

Jumlah Penduduk, Jumlah Industri, PDRB,
Pertumbuhan Ekonomi, Pajak Reklame

Abstrak:

Pajak reklame adalah salah satu pajak daerah dan salah satu sumber pendapatan asli daerah. Semakin banyak pemasangan reklame maka pendapatan pajak reklame akan meningkat dan PAD Kabupaten Jepara juga meningkat. Tujuan penelitian ini untuk melihat potensi pajak reklame yang ada di Jepara serta mengetahui faktor apa yang berpengaruh dalam penerimaan pajak reklame. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Sampel penelitian ini adalah 60 data dari BPS dan BPKAD tahun 2012-2016. Teknik analisis data menggunakan metode regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil pengujian, menunjukkan bahwa Jumlah Penduduk, Jumlah Industri, PDRB dan Pertumbuhan Ekonomi secara bersama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Pajak Reklame di Kabupaten Jepara. Secara parsial Jumlah Penduduk mempunyai pengaruh yang positif dan tidak signifikan terhadap Pajak Reklame di Kabupaten Jepara. Jumlah Industri mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Pajak Reklame di Kabupaten Jepara. PDRB mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Pajak Reklame di Kabupaten Jepara. Pertumbuhan Ekonomi mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Pajak Reklame di Kabupaten Jepara.

Keywords:

Total Population; Number of Industries; GRDP; Economic Growth; Advertising Tax

Abstract:

The advertising tax is in the past and the original source of income in the past. Even if the number of people in recruitment will increase, the tax revenue will increase and the Regional Representative Office of Japan will also increase. The purpose of this study is to look at the potential of the existing taxpayers in Jepara and find out what factors influence the acceptance of the tax receipts. This research is quantitative research. The sample of this study was 60 and from BPS and BPKAD in 2012-2016. The data analysis technique uses multiple linear regression methods.

Based on the test results, it shows that the Population Amounts, Industry Counts, PDRB, and Economic Growth are all while having a positive and significant influence on the Regional Regulations in Jepara. Partially, the number of residents has a positive and significant impact on Recruitment in the Regency of Jepara. A number of industries have a positive and significant impact on the Recruitment Tax in Jepara. The PDRB has a positive and significant influence on the Recruitment in the Regency of Jepara. Economic growth has a positive and significant influence on the Recruitment Tax Office in Jepara.

PENDAHULUAN

Pembangunan merupakan suatu proses yang berkesinambungan yang mencakup segala bidang yang ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat. Pembangunan ekonomi daerah khususnya Pemerintah Kota merupakan titik awal pelaksanaan pembangunan, sehingga daerah diharapkan bisa lebih mengetahui potensi dan apa yang menjadi kebutuhan daerahnya. Pada tahun 2000 diberlakukan otonomi daerah yang ditandai dengan dikeluarkannya Undang-Undang No. 32 tahun 2004. Alasan yang mendorong diberlakukannya otonomi daerah adalah tidak meratanya pembangunan di daerah selama ini menyebabkan ketimpangan antara pemerintah pusat dan daerah. Selain itu terdapat campur tangan pemerintah pusat di masa lalu yang mengakibatkan terhambatnya pembangunan yang dimiliki oleh daerah. Kebijakan otonomi daerah merupakan pendelegasian wewenang yang disertai dengan penyerahan dan pengalihan pendanaan, sarana dan prasarana, dan sumber daya manusia dalam kerangka desentralisasi fiskal (Suparmoko, 2009).

Adanya otonomi daerah diharapkan setiap daerah akan lebih mandiri dalam upaya meningkatkan kemakmuran dan kesejahteraan rakyat secara adil dan merata. Dengan adanya otonomi daerah yang diatur

dalam Undang-Undang No. 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Masyarakat Keuangan Daerah antara Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah, daerah otonom diberikan keleluasaan untuk mengatur sendiri daerahnya, berbagai upaya dilakukan oleh daerah untuk dapat memaksimalkan penerimaan daerahnya, termasuk memaksimalkan PAD di daerah otonom yang bersangkutan.

Menurut Indra (2010) ciri utama yang menunjukkan suatu daerah otonom mampu berotonomi terletak pada kemampuan keuangan daerahnya. Artinya daerah otonom harus memiliki kewenangan dan kemampuan untuk menggali sumber-sumber keuangan sendiri, sedangkan ketergantungan pada bantuan pemerintah pusat harus seminimal mungkin, sehingga PAD harus menjadi bagian sumber keuangan terbesar yang didukung oleh kebijakan pembagian keuangan pusat dan daerah sebagai prasyarat mendasar pemerintahan Negara. Peran Pendapatan Asli Daerah (PAD) menjadi sangat penting karena sebagai sumber pembiayaan pemerintah daerah dimana dapat dijadikan tolak ukur dalam pelaksanaan otonomi daerah. Semakin banyak kebutuhan daerah yang dibiayai dengan PAD, maka akan semakin tinggi kualitas otonominya. Upaya peningkatan Pendapatan Asli Daerah dapat

dilakukan dengan cara peningkatan terhadap sumber daya yang sudah ada, dalam hal ini adalah pajak daerah. Pajak daerah adalah kontribusi wajib pajak daerah yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan Undang-Undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan daerah bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat (Mardiasmo, 2011).

Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan pendapatan daerah yang diperoleh dari sumber-sumber yang terdapat di wilayahnya sendiri yang dipungut berdasarkan peraturan yang berlaku. Pendapatan daerah berasal dari pajak daerah, retribusi daerah, pengelolaan kekayaan daerah dan lain-lain. Penyediaan pembiayaan dari Pendapatan Asli Daerah (PAD) dilakukan melalui peningkatan kinerja pemungutan, penyempurnaan dan penambahan jenis retribusi, pajak daerah dan sumber pendapatan lainnya. Semakin tinggi penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) semakin baik pula kemampuan daerah dalam melaksanakan pembangunan, dan semakin tinggi kontribusi Pendapatan Asli Daerah (PAD) terhadap total penerimaan daerah maka semakin mandiri suatu daerah tersebut. Karena Pendapatan Asli Daerah (PAD) merupakan tolok ukur kemampuan dari suatu daerah dalam

mengatur penerimaan dana dari masyarakat untuk kegiatan pembangunan daerah, sehingga Pendapatan Asli Daerah (PAD) menjadi sangat penting karena berperan sebagai sumber pembiayaan dan sebagai tolok ukur dalam pelaksanaan otonomi daerah (Rinawati, 2012).

Salah satu komponen Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang mempunyai kontribusi dan potensi di Kabupaten Jepara adalah pajak daerah. Beberapa macam pajak daerah yang dipungut oleh pemerintah Kabupaten Jepara diantaranya pajak reklame, pajak restoran, pajak hotel, pajak hiburan, pajak penerangan jalan, dan pajak parkir.

Pajak Reklame adalah pungutan yang dikenakan terhadap penyelenggaraan reklame (Siahaan, 2010). Undang-Undang Republik Indonesia No. 28 Tahun 2009 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah, menyatakan yang dimaksud dengan reklame adalah benda, alat, perbuatan atau media yang bentuk dan corak ragamnya dirancang untuk tujuan komersial memperkenalkan, menganjurkan, mempromosikan atau untuk menarik perhatian umum terhadap barang, jasa, orang atau badan yang dapat dilihat, dibaca, didengar, dirasakan, dan/atau dinikmati oleh umum. Menurut Undang-Undang No. 18 tahun 2001 tentang penyelenggaraan reklame adalah Pajak atas penyelenggaraan

Reklame. Tarif pajak reklame ditetapkan paling tinggi sebesar 25%. Penerimaan pajak reklame didapat dari nilai sewa reklame (NSR) yang dipasang dengan tarif sewa reklame berdasarkan dari lokasi pemasangan reklame, lamanya pemasangan reklame dan jenis ukuran reklame.

Kabupaten Jepara merupakan daerah yang strategis dan berpotensi untuk pemasangan iklan melalui reklame. Sudah banyak dilokasi-lokasi yang strategis terdapat papan reklame dari berbagai produk. Iklan melalui papan reklame bisa sangat efektif untuk menarik perhatian masyarakat yang melihatnya. Iklan melalui reklame tersebut tidak bisa asal pasang namun harus memiliki ijin dari Pemerintah Daerah, dan dikenakan pajak reklame.

Pajak reklame memang bukan retribusi pajak daerah terbesar di dalam PAD Kabupaten Jepara. Akan tetapi cukup menarik untuk diteliti, melihat kenyataan di sepanjang jalan di Kabupaten Jepara sering kali kita jumpai papan reklame. Semakin

banyak pemasangan reklame artinya pendapatan akan pajak reklame juga meningkat dan PAD Kabupaten Jepara secara otomatis akan meningkat juga. Melihat potensi pajak reklame tersebut perlu dilakukannya kajian mengenai apa saja faktor yang berpengaruh dalam penerimaan pajak reklame.

METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui (Kasiram, 2014). Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan tujuan untuk mendeskripsikan objek penelitian ataupun hasil penelitian. Adapun definisi operasional variabel dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Operasional
Pajak Reklame (Y)	Salah satu pajak di Kabupaten Jepara dan salah satu sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang menunjukkan posisi strategis dalam hal pendanaan dan pembiayaan di Kabupaten Jepara dari tahun 2012-2016
Jumlah Penduduk (X1)	Jumlah penduduk di Kabupaten Jepara tahun 2012–2016. Sumber data yang digunakan adalah jumlah penduduk menurut jenis kelamin di Kabupaten Jepara dari tahun 2012–2016 yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Jepara.
Jumlah Industri (X2)	Jumlah usaha industri baik industri kecil, menengah, maupun besar yang ada di Kabupaten Jepara tahun 2012–2016. Adapun sumber data yang

	digunakan adalah data banyaknya unit usaha dan tenaga kerja yang dirinci menurut industri kecil menengah dari tahun 2012–2016 yang diperoleh dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Jepara.
PRDB (X3)	Jumlah nilai barang dan jasa akhir yang dihasilkan oleh berbagai unit produksi dalam satu tahun dibagi jumlah penduduk pada tahun yang sama dan dihitung menurut harga konstan.
Pertumbuhan Ekonomi (X4)	Perkembangan kegiatan dalam perekonomian yang menyebabkan barang dan jasa yang diproduksi dalam masyarakat bertambah dan kemakmuran masyarakat menjadi meningkat

Metode pengumpulan data penelitian dengan metode dokumentasi. Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan catatan-catatan/data-data yang diperlukan sesuai penelitian yang akan dilakukan dari badan/kantor/Instansi atau lembaga terkait (Arikunto, 2002). Pengumpulan dilakukan dengan studi pustaka dari buku-buku, laporan penelitian, jurnal ilmiah dan penerbitan lainnya yang relevan dengan penelitian ini. Metode analisis menggunakan analisis Regresi Linear Berganda, tetapi sebelum melakukan analisis regresi linear berganda digunakan uji asumsi klasik. Meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas. Persamaan Regresi dinyatakan sebagai berikut:

$$Y = f(X_1, X_2, X_3, X_4)$$

$$Y = \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4$$

$$\text{Log} Y = \beta_1 \text{Log} X_1 + \beta_2 \text{Log} X_2 + \beta_3 \text{Log} X_3 + \beta_4 \text{Log} X_4$$

Dimana:

Y = Penerimaan pajak reklame (dalam ribuan rupiah)

X1 = Jumlah penduduk (orang)

X2 = Jumlah industri (unit)

X3 = PDRB (dalam jutaan rupiah)

X4 = Pertumbuhan Ekonomi (persentase)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik Deskriptif

Deskripsi menunjukkan keadaan data dengan mengetahui jumlah data yang diteliti, serta hubungan antar variabel, yang dapat dilihat pada tabel 2.

Tabel 2. Statistik Deskriptif

		Jumlah Penduduk	Jumlah Industri	PDRB	Pertumbuhan Ekonomi	Pajak Reklame
N	Valid	60	60	60	60	60
	Missing	0	0	0	0	0
Mean		81.585,08	1.118,25	1.235.529,70	7,48	21.089.364,08
Median		82.369,00	603,50	633.394,34	5,62	17.786.132,50
Std. Deviation		14.252,434	1.465,185	1.603.850,742	7,804	2,569E7
Minimum		573,68	2	12	0	72.983,75
Maximum		1.155,06	59,93	75.740,53	34	2.102.984,36
Sum		48.951,05	670,95	741.317,82	4,49	12.653.618,45

Sumber: Data primer yang diolah, 2016.

Dari data pada tabel 4.3. diketahui jumlah data sebesar 60 dari data tiap bulan selama 5 tahun, sehingga $12 \times 5 = 60$. data tabel 4.3 juga menunjukkan analisis variabel Pajak Reklame. $N = 60$ artinya jumlah data yang dianalisis sebanyak 60 sampel. Mean = 21.089.364,08 artinya rata-rata pajak reklame yang diperoleh selama lima tahun sejak tahun 2012 hingga 2016 sebesar 21.089.364,08 Std. Deviation = 25.690.000,000 artinya penyimpangan dari rata-rata data sebesar 25.690.000,000

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Suatu model regresi bebas dari problem ini apabila memiliki nilai *tolerance* lebih dari 0,10 atau sama dengan VIF kurang dari 10.

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Correlations		Collinearity Statistics		
	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)					
Jumlah Penduduk	0,291	0,236	0,174	0,747	1,339
Jumlah Industri	0,544	0,387	0,300	0,785	1,274
PDRB	0,396	0,346	0,264	0,760	1,317
Pertumbuhan Ekonomi	0,447	0,338	0,257	0,851	1,176

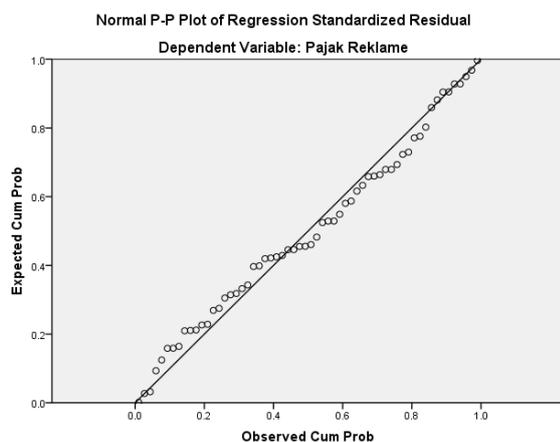
Sumber: Data primer yang diolah, 2016.

Bahwa semua variabel memiliki nilai *Tolerance* lebih dari 0,1 sedangkan VIF

lebih kecil dari 10. berdasarkan angka-angka ini dapat diambil kesimpulan bahwa model regresi penelitian ini lolos dari problem multikolinearitas.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau mendekati normal (Ghozali, 2011). Dasar pengambilan keputusan adalah jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis *histogram* menuju pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Berikut ini hasil pengujiannya.

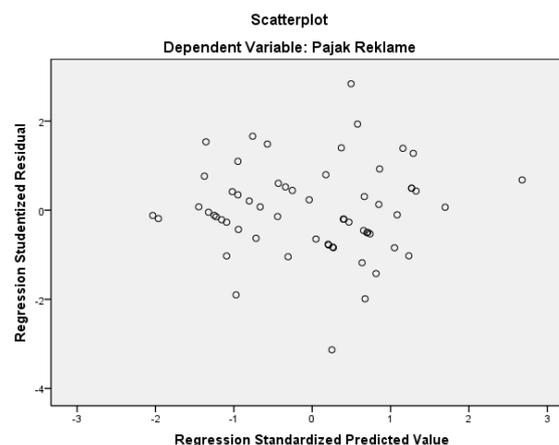


Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan gambar 1. dapat dilihat bahwa pola data mengikuti garis diagonal sehingga disimpulkan model regresi ini memenuhi asumsi normalitas.

Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas muncul apabila kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memiliki varian yang konstan dari satu observasi ke observasi lainnya. Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan melihat diagram *scatterplot* yaitu apabila data membentuk suatu pola tertentu maka terjadi heteroskedastisitas yang serius. Sedangkan model regresi bebas heteroskedastisitas apabila pola pada *scatter plot* tidak teratur atau menyebar di atas dan di bawah nilai nol. Berikut ini hasil pengujian heteroskedastisitas.



Berdasarkan gambar 2 dapat dilihat bahwa model regresi bebas heteroskedastisitas karena pola pada scatter plot tidak teratur atau menyebar di atas dan di bawah nilai nol.

Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda ini dimaksudkan untuk menganalisis pengaruh

variabel jumlah penduduk, jumlah industri dan PDRB dan pertumbuhan ekonomi bersamaan terhadap variabel pajak reklame.

Hasil perhitungan koefisien regresi dengan SPSS 18, dapat dilihat pada Tabel 4.

Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. Hasil Regresi Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6,466	2,174		2,974	0,004
Jumlah Penduduk	0,092	0,051	0,201	1,804	0,077
Jumlah Industri	0,454	0,146	0,339	3,112	0,003
PDRB	0,148	0,054	0,303	2,738	0,008
Pertumbuhan Ekonomi	0,387	0,145	0,279	2,665	0,010

Sumber: Data primer yang diolah, 2016.

Melihat nilai-nilai pada tabel 4, persamaan regresi berganda dapat disusun dengan mengambil data *Unstandardized Coefficients* karena data yang digunakan adalah berskala rasio. Selain itu *Unstandardized beta* dapat digunakan bila data bersifat interval, (Gujarati, 2013). Dalam hal ini adalah nilai atau angka dari data dari BPS Jepara. Dan penjelasannya adalah sebagai berikut:

$$Y = 6.466 + 0,092X_1 + 0,454X_2 + 0,148X_3 + 0,387X_4$$

Interpretasi persamaan regresi tersebut adalah sebagai berikut:

$\alpha = 6.466$, artinya jika jumlah penduduk, jumlah industri dan PDRB dan pertumbuhan ekonomi sama dengan nol, maka nilai pajak reklame sebesar 6.466.

$\beta_1=0,201$, koefisien regresi Jumlah Penduduk menyatakan setiap terjadi

kenaikan Jumlah Penduduk, maka akan menaikkan Pajak Reklame.

$\beta_2= 0,339$, koefisien regresi Jumlah Industri menyatakan setiap terjadi kenaikan jumlah Industri, maka akan menaikkan Pajak Reklame.

$\beta_3=0,303$, koefisien regresi PDRB menyatakan setiap terjadi kenaikan PDRB, maka akan menaikkan Pajak Reklame.

$\beta_4=0,279$, koefisien regresi Pertumbuhan Ekonomi menyatakan setiap terjadi kenaikan Pertumbuhan Ekonomi, maka akan menaikkan Pajak Reklame.

Pengujian Hipotesis Uji-t

Uji t untuk pengaruh Jumlah Penduduk terhadap Pajak Reklame. Dengan memperhatikan Tabel 4 dapat diketahui bahwa nilai t-hitung =1,804. Dengan t-tabel

sebesar 1,673. Jadi nilai t -hitung = 1,804 > t -tabel (1,673) dan nilai signifikan 0,077 > 0,05, dengan demikian ada pengaruh positif dan tidak signifikan antara variabel Jumlah Penduduk terhadap Pajak Reklame. Uji t untuk pengaruh Jumlah Industri terhadap Pajak Reklame. Dengan memperhatikan Tabel 4 dapat diketahui bahwa nilai t -hitung = 3,112. Dengan t -tabel sebesar 1,673. Jadi nilai t -hitung = 3,112 > t -tabel (1,673) dan nilai signifikan 0,003 < 0,05, dengan demikian ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel Jumlah Industri terhadap Pajak Reklame.

Uji t untuk pengaruh PDRB terhadap Pajak Reklame. Dengan memperhatikan Tabel 4 dapat diketahui bahwa nilai t -hitung = 2,738 dengan t -tabel sebesar 1,673. Jadi nilai t -hitung = 2,738 > t -tabel (1,673) dan nilai signifikan 0,008 < 0,05, dengan demikian maka ada pengaruh

positif dan signifikan antara variabel PDRB terhadap Pajak Reklame.

Uji t untuk pengaruh Pertumbuhan Ekonomi terhadap Pajak Reklame. Dengan memperhatikan Tabel 4 dapat diketahui bahwa nilai t -hitung = 2,665 dengan t -tabel sebesar 1,673. Jadi nilai t -hitung = 2,665 > t -tabel (1,673) dan nilai signifikan 0,010 < 0,05, dengan demikian maka ada pengaruh positif dan signifikan antara variabel Pertumbuhan Ekonomi terhadap Pajak Reklame.

Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui prosentase perubahan variabel Jumlah Penduduk, Jumlah Industri, PDRB dan Pertumbuhan Ekonomi secara bersama-sama terhadap Pajak Reklame. Nilai *R Square* terdapat pada Model Summary dari hasil analisis regresi yang disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,698 ^a	0,488	0,450	1,356

Sumber: Data primer yang diolah, 2016.

Dengan melihat Tabel 5. diketahui nilai koefisien determinasi adalah (r^2) = 0,450 x 100% = 45%, hal ini bahwa variabel Jumlah Penduduk, Jumlah Industri, PDRB dan Pertumbuhan Ekonomi mempengaruhi perubahan terhadap Pajak Reklame sebesar

45%, sedangkan perubahan terhadap Pajak Reklame di Kabupaten Jepara sebesar 55% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis F

Uji hipotesis F digunakan untuk pengujian terhadap pengaruh variabel Jumlah Penduduk, Jumlah Industri, PDRB

dan Pertumbuhan Ekonomi bersamaan terhadap variabel Pajak Reklame. Nilai F hitung dari hasil pengolahan data dengan SPSS dapat disajikan pada Tabel 6.

Tabel 6. Uji F

ANOVA ^b						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	96,191	4	24,048	13,088	0,000 ^a
	Residual	101,059	55	1,837		
	Total	197,250	59			

a. Predictors: (Constant), Pertumbuhan Ekonomi, PDRB, Jumlah Industri, Jumlah Penduduk

b. Dependent Variable: Pajak Reklame

Sumber: Data primer yang diolah, 2016.

Nilai F_{hitung} dari tabel ANOVA diketahui sebesar 13,088. Dengan nilai F_{hitung} ($13,088 > F_{tabel}$ (2,54), dengan demikian maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara Jumlah Penduduk, Jumlah Industri, PDRB dan Pertumbuhan Ekonomi bersamaan terhadap variabel Pajak Reklame.

PEMBAHASAN

Pengaruh Jumlah Penduduk terhadap Pajak Reklame

Berdasarkan hasil penelitian terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara variabel Jumlah Penduduk terhadap Pajak Reklame. Penduduk sebagai konsumen barang dan jasa tentu saja membutuhkan informasi mengenai produk atau komoditi barang dan jasa, oleh karena

itu produsen sebagai penyedia barang dan jasa akan memberikan informasi sejelas mungkin mengenai barang dan jasa yang mereka tawarkan kepada penduduk sebagai konsumen, salah satu media promosi yang cukup efektif saat ini adalah reklame. Namun peningkatan jumlah penduduk di Kabupaten Jepara tidak berpengaruh signifikan terhadap peningkatan penerimaan pajak reklame, dikarenakan pertumbuhan usaha-usaha perekonomian lebih tinggi daripada pertumbuhan penduduk Kabupaten Jepara.

Banyaknya jumlah penduduk akan meningkatkan permintaan barang dan jasa, sehingga konsumsi dari penduduk inilah yang akan menimbulkan permintaan agregat. Pada gilirannya, peningkatan konsumsi agregat memungkinkan usaha-usaha produktif berkembang.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Putri (2013) yang menyatakan bahwa jumlah penduduk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap penerimaan pajak reklame di Kabupaten Purbalingga. Selain itu Yudisius (2013) menyatakan variabel Jumlah Penduduk mempunyai hubungan positif terhadap penerimaan Pajak Reklame Kota Yogyakarta. Namun, Yantoko (2014) menyatakan bahwa Jumlah Penduduk tidak berpengaruh terhadap Penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Jepara.

Pengaruh Jumlah Industri terhadap Pajak Reklame

Berdasarkan hasil penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Jumlah Industri terhadap Pajak Reklame. Jumlah industri merupakan faktor positif pemicu pertumbuhan ekonomi. Sebagian besar pemerintah daerah kabupaten/kota menarik pajak atas benda papan reklame di daerah. Pajak ini cocok untuk sumber penerimaan daerah, karena tempat objek pajak dapat mudah diketahui. Tingginya jumlah industri akan membawa pengaruh pada penggunaan pemasangan jasa reklame sebagai upaya untuk memasarkan produk yang dimiliki. Hal tersebut tentunya akan menambah jumlah penerimaan pajak reklame khususnya. Bertambahnya jumlah industri yang

memasang reklame mengakibatkan objek pajak bertambah luas, sehingga penerimaan pajak reklame pun akan meningkat

Jumlah industri yang menggunakan jasa pemasangan reklame juga sangat berpengaruh dengan pendapatan pajak itu sendiri, hal ini disebabkan suatu industri yang ingin memasarkan produknya dapat memasang reklame agar dapat diketahui oleh masyarakat. Bertambahnya jumlah industri di Jepara yang memasang reklame mengakibatkan objek pajak bertambah luas. Penelitian ini sesuai dengan penelitian Yudisius (2013) yang berjudul Penerimaan Pajak Reklame dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya, menyatakan variabel Jumlah Industri yang mempunyai hubungan positif terhadap penerimaan Pajak Reklame Kota Yogyakarta. Selain itu Yantoko (2014) menyatakan Jumlah Industri secara parsial memiliki pengaruh terhadap Penerimaan Pajak Reklame Kabupaten Jepara.

Pengaruh PDRB terhadap Pajak Reklame

Berdasarkan hasil penelitian didapat hasil terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel PDRB terhadap Pajak Reklame. Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) merupakan jumlah dan jasa akhir yang dihasilkan oleh suatu perekonomian dalam satu tahun dan

dinyatakan dalam harga pasar. PDRB perkapita pada skala daerah dapat digunakan sebagai pengukur pertumbuhan ekonomi yang lebih baik karena lebih tepat mencerminkan kesejahteraan penduduk suatu wilayah daripada PDRB saja. PDRB merupakan salah satu yang dijadikan tolok ukur dalam kemakmuran bagi suatu daerah. PDRB yang semakin tinggi maka mengindikasikan semakin tinggi pula tingkat pendapatan serta kemajuan suatu daerah. Pendapatan seseorang yang semakin meningkat, maka semakin tinggi kemampuan seseorang dalam membayar berbagai pungutan yang ditetapkan pemerintah dan kemampuan masyarakat tersebut semakin tinggi untuk membiayai pajak daerah yang digunakan pula sebagai biaya pengeluaran rutin dan pengeluaran pembangunan pemerintah.

PDRB yang tinggi mencerminkan keadaan perekonomian dan pergerakan sektor - sektor ekonomi yang baik. Selanjutnya investasi mendorong keadaan kegiatan ekonomi daerah menjadi semakin meningkat.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Yudisius (2013) yang berjudul Penerimaan Pajak Reklame dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya, menyatakan variabel PDRB mempunyai hubungan positif terhadap penerimaan Pajak Reklame Kota Yogyakarta. Selain itu

Yantoko (2014) menyatakan PDRB secara parsial memiliki pengaruh terhadap Penerimaan Pajak Reklame Kabupaten Jepara.

Pengaruh Pertumbuhan Ekonomi terhadap Pajak Reklame

Berdasarkan hasil penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel Pertumbuhan Ekonomi terhadap Pajak Reklame. Tingkat pertumbuhan ekonomi diartikan suatu daerah diprosikan dengan PDRB atas dasar harga konstan. PDRB atas harga konstan menggunakan harga pada tahun tertentu sebagai dasar untuk mengeliminasi faktor-faktor kenaikan harga. Penerimaan pajak daerah dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor yang mengatur pengelolaan keuangan daerah.

Dalam penelitian Putri (2013) yang berjudul Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak, menyatakan pendapatan perkapita yang dapat diproyeksikan sebagai Pertumbuhan Ekonomi mempunyai pengaruh positif terhadap penerimaan Pajak Reklame.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil-hasil yang diperoleh dari analisis data SPSS, maka dapat ditarik kesimpulan Jumlah Penduduk mempunyai pengaruh yang positif dan tidak

signifikan terhadap Pajak Reklame di Kabupaten Jepara. Jumlah Industri mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Pajak Reklame di Kabupaten Jepara. PDRB mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap Pajak Reklame di Kabupaten Jepara. Pertumbuhan Ekonomi mempunyai pengaruh yang positif signifikan terhadap Pajak Reklame di Kabupaten Jepara. Secara simultan Jumlah Penduduk, Jumlah Industri, PDRB dan Pertumbuhan Ekonomi secara bersamaan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Pajak Reklame di Kabupaten Jepara.

Penelitian ini memiliki keterbatasan hanya dilakukan dalam lingkup Kabupaten, yakni Kabupaten Jepara. Maka, untuk penelitian selanjutnya, agar meneliti dalam lingkup yang lebih luas, seperti satu wilayah keresidenan atau propinsi, sehingga akan diketahui pajak reklame secara lebih luas untuk peningkatan Pendapatan asli daerah.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2002). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan dan Praktek*. Jakarta: Rineka.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Indra, R. (2010). Analisis Potensi Penerimaan Pajak Penerangan Jalan. *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas*

Diponegoro.

- Kasiram, M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif-Kualitatif*. Malang: UIN.
- Mardiasmo. (2011). *Perpajakan*. Yogyakarta: Andi.
- Putri, P. I. (2013). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak. *JEJAK*, 6(2), 194–201. <https://doi.org/10.15294/jejak.v7i1.3596>
- Rinawati, R. (2012). Analisis Pengaruh Pemungutan Pajak Reklame terhadap Upaya Peningkatan Pendapatan Asli Daerah. *Skripsi Tidak Dipublikasi*.
- Siahaan, M. P. (2010). *Pajak Daerah dan Retribusi Daerah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Suparmoko. (2009). *Pengantar Ekonomi Mikro* (Edisi 3). Yogyakarta: BPFE.
- Yantoko, A. (2014). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penerimaan Pajak Reklame di Kabupaten Jepara Tahun 1983-2013. *Skripsi*.
- Yudisius, O. (2013). Penerimaan Pajak Reklame dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya. *Jurnal Ekonomi Dan Pembangunan*, 14(2), 137–143.